

<<公共传播研究蓝皮书：中国>>

图书基本信息

书名：<<公共传播研究蓝皮书：中国危机公关案例研究报告（2012卷）>>

13位ISBN编号：9787560993805

10位ISBN编号：756099380X

出版时间：2014-1-1

出版时间：华中科技大学出版社

作者：李华君,陈先红

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<公共传播研究蓝皮书：中国>>

内容概要

《公共传播研究蓝皮书：中国危机公关案例研究报告（2012卷）》以2012年发生的危机事件为研究对象，详细分析2012年度危机公关案例。

《公共传播研究蓝皮书：中国危机公关案例研究报告（2012卷）》分为上、下两篇，上篇为“2012年中国十大公共危机案例”，下篇为“2012年中国十大品牌危机案例”，是由华中科技大学公共传播研究所撰写的系列研究报告，其整体研究框架与2011卷的一脉相承。

《公共传播研究蓝皮书：中国危机公关案例研究报告（2012卷）》以危机生命周期为线索，以危机处理5S原则为分析框架，采取理论+案例+应用的架构进行编写，集专业性、权威性、实用性为一体，是既对学界有影响力，又对业界有指导性的公关年度研究报告。

<<公共传播研究蓝皮书：中国>>

作者简介

陈先红，博士、教授、博士生导师，华中科技大学新闻与信息传播学院副院长，知名公关专家、品牌策划专家，澳门科技大学兼职教授、博导，中国公共关系协会学术委员会副主任，中国国际公关协会学术委员，中国广告协会学术委员，中国十大杰出公关人物，中国公关教育名师，推动中国公关事业100人，湖北十大职场魅力女性。

曾发表100多篇研究论文;出版著作20多部;曾主持数十项纵向和横向研究课题，包括国家社科基金、教育部人文基金等。

李华君，管理学博士，副教授，硕士生导师，现任华中科技大学新闻学院广告系主任，华中科技大学公共传播研究所副所长。

相关著作：《公共传播研究蓝皮书：中国社会化媒体发展报告（2013卷）》、《公共传播研究蓝皮书：中国危机公关案例研究报告（2012卷）》、《公共传播研究蓝皮书：中国危机公关案例研究报告（2011卷）》、《湖北省公务员录用考试专用教材》。

<<公共传播研究蓝皮书：中国>>

书籍目录

上篇：2012年中国十大公共危机案例

案例一哈尔滨“8·24”塌桥事件：真相和常识碰撞下的官民对话(3)

案例二贵州毕节流浪儿垃圾箱身亡事件：中国版“卖火柴的小男孩”(18)

案例三广州越秀区委常委方大国殴打空姐事件：自媒体时代的公权力监督(30)

案例四陕西“表哥”杨达才事件：一笑误前程，官场现原形(43)

案例五北京“7·21”特大暴雨事件：以生命为代价看城市良心(59)

案例六湖南黄金大米事件：转基因食品伦理审查乱象(75)

案例七河南周口平坟事件：民意与权力的抗衡(87)

案例八湖南“天价切糕”事件：网络狂欢背后的理性反思(103)

案例九儿慈会“洗钱”风波：莫让慈善再受伤(116)

案例十三亚宰客门事件：公权力 公信力(128)

下篇：2012年中国十大品牌危机案例

案例一归真堂活熊取胆事件：人对动物有无道德义务(149)

案例二麦当劳过期食品风波：勿让食品返老还童(166)

案例三肯德基“速成鸡”事件：洋快餐欲速则不达(183)

案例四酒鬼酒塑化剂风波：无上妙品，酒鬼有“鬼”(201)

案例五修正药业胶囊铬超标：良心药？

黑心药？

(217)

案例六可口可乐“含氯门”事件：“可乐”成了“悬疑可乐”(228)

案例七“王老吉”商标之争：谁动了谁的奶酪(241)

案例八360和百度搜索大战：3B大战让用户“步步惊心”(256)

案例九京东、苏宁、国美价格大战：电商行业的“三国杀”(272)

案例十大众DSG变速器故障门：德国大众不爱中国“大众”(285)

参考文献(298)

后记(301)

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>